
OLIS 2010 Chinese

生命保険業界の動向

2010年7月26日

財団法人アジア生命保険振興センター

野口 修作



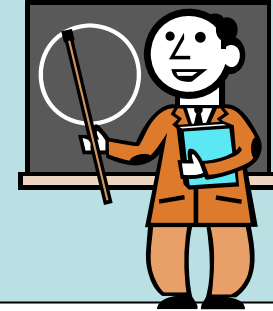
講義の前に....

全体テーマ： わが国の生命保険事業と営業戦略

プログラム	講義テーマ	ポイント
Basics	生命保険事業概要	事業概要
	生命保険に関する規制	規制
	販売チャネルと商品	マーケティング
Topics	生命保険業界の動向	業界の動向
	保険法等の規制と生命保険営業	規制と保険営業
	今後の営業戦略	営業戦略

講義の概略

わが国生命保険業界の動向を、情報の流れを
分析し、現状を把握そして今後の展望を大胆に
予測してみる。



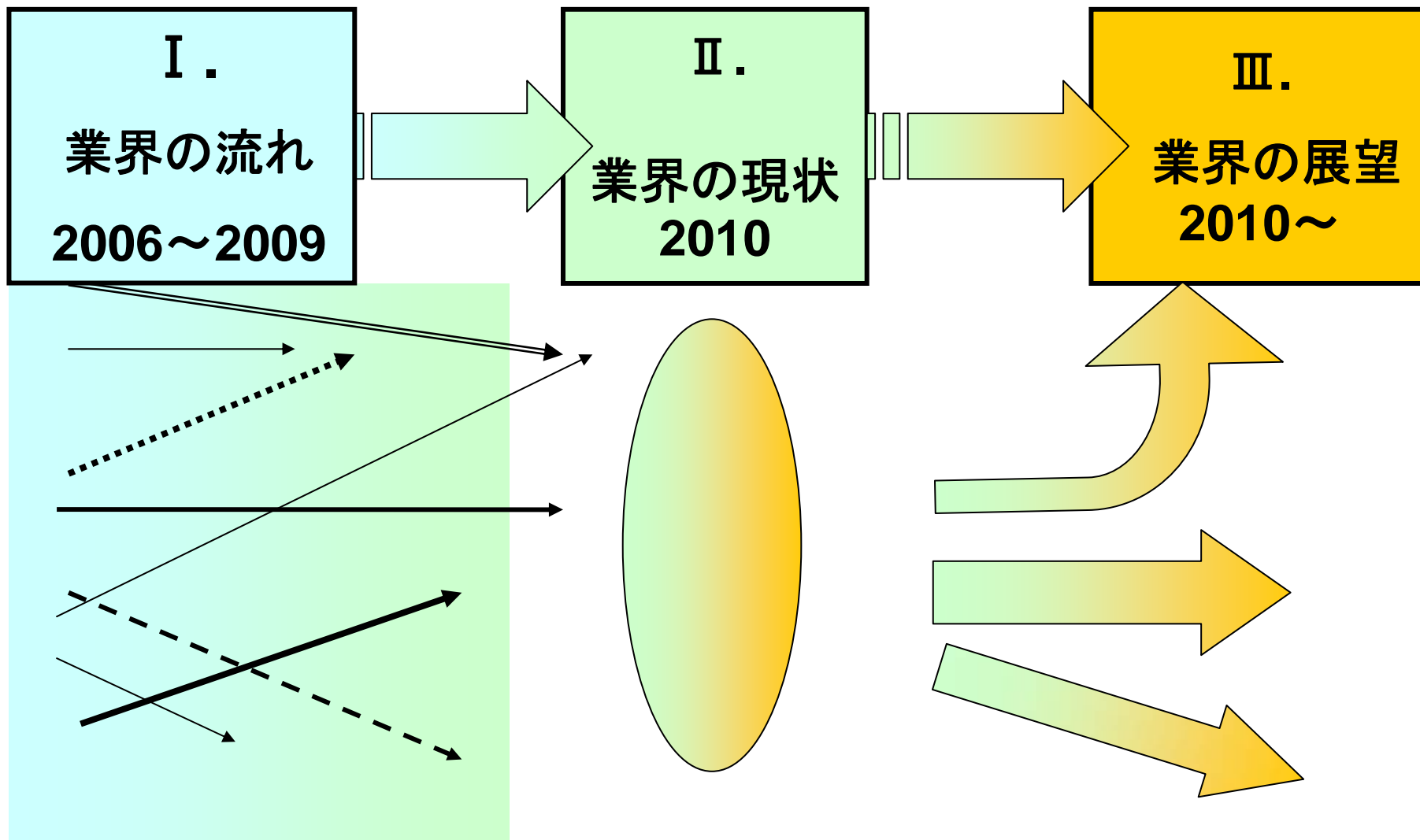
□近年の環境

- ・ 米国発の金融危機
- ・ 不払問題による生保不信
- ・ 金融機関の窓販全面解禁
- ・ 郵政民営化等

□恒常的な問題

- ・ 長期のデフレ経済
- ・ 少子高齢化
- ・ 社会保障制度の限界

業界の動向



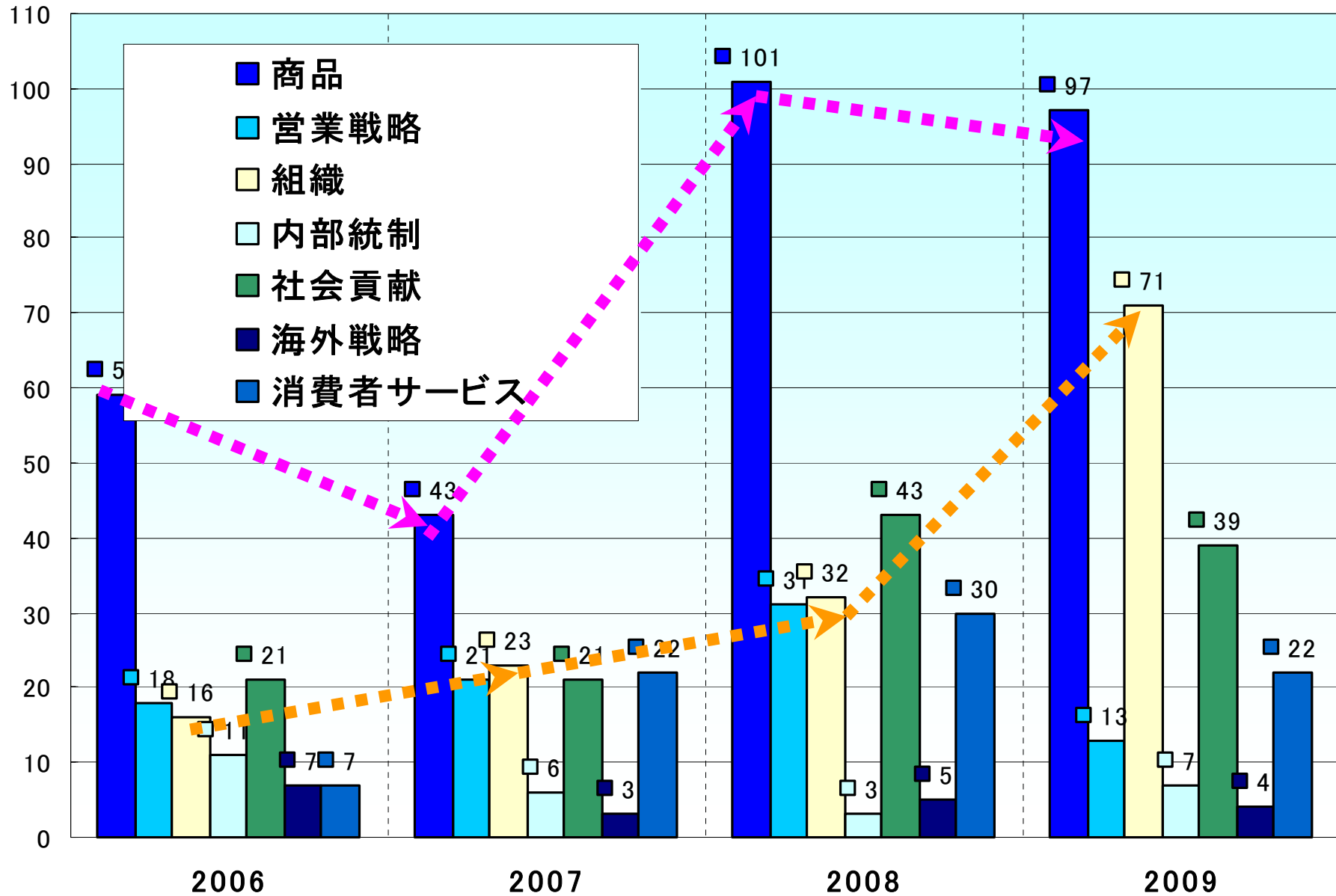
I. 業界の流れ

本講義の目的と狙い

- ・・・ 近年の日本の生命保険業界の潮流を「部門」ごとに追い、傾向とベクトルを想定し、流れの先を探る

部門別統計

日本の業界新聞の各年のタイトルを集計



2006年のハイライト

2006.....2007.....2008.....2009

1. 金融庁、**不払問題**で業務停止命令
2. 全保険会社に対し不払い調査命令
3. 生保会社3利源を開示開始

不払い問題

不払い問題から発生した、生保業界不信を
いかに払拭するか

(1). 会社機構の改革

(2). 商品のシンプル化

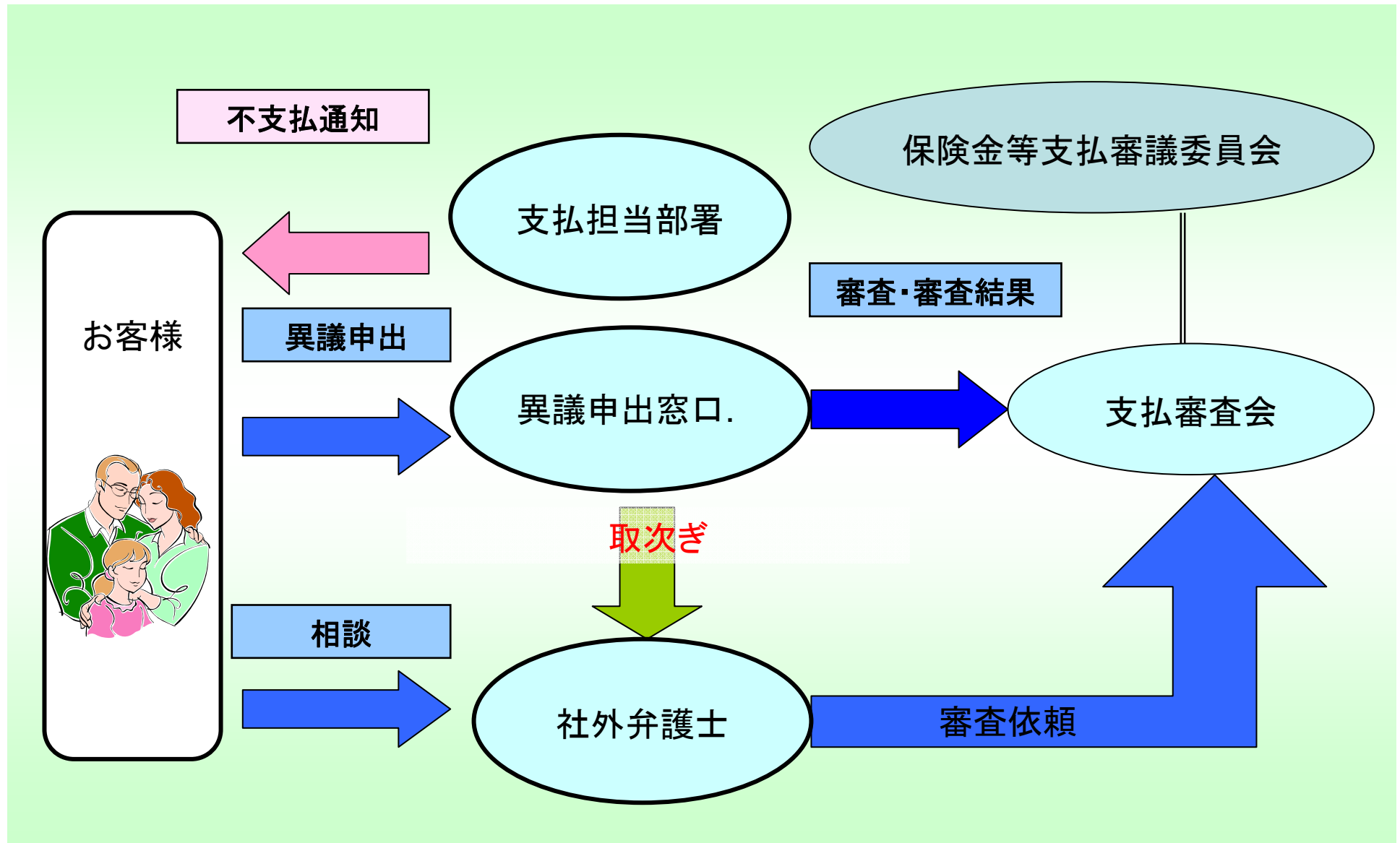
(3). 消費者サービス

(1). 会社機構の改革

支払機能の透明化と第三者機関の設置

- ・第一生命が「**保険金等支払審議委員会**」設置
- ・明治安田生命が保険金支払いに関する「**不服申立制度**」開設
- ・プルデンシャル生命、外部専門家による「**支払審査会**」を
- ・T&Dフィナンシャル生命が「**支払管理委員会**」を設置
- ・AIGエジソン生命が「**支払管理態勢審査会**」を設置
- ・日本生命が「**異議申出窓口**」と「**社外弁護士制度**」を開設
- ・第一生命が「**異議申出窓口**」、「**支払審査会**」を設置
- ・三井生命が「**保険金等支払審議会**」を設置
- ・住友生命、太陽生命が保険金支払に関する「**専用相談窓口**」開設

支払審査会と検証モデル



(2). 商品のシンプル化

不払い防止また消費者へ商品の理解を深める
ため、より**シンプル**な商品を開発

- 明治安田生命が女性向け新医療保険(シンプルな商品
内容、見やすく、使いやすい約款)
- **AIG**スター生命が傷病名に応じた給付金を受け取れる商品
販売
- **アリコ**ジャパンは告知項目を簡素化し、引受基準を緩和
した商品を開発

(3). 消費者サービス

消費者保護の潮流を受けた業界の対応

- 第一生命が給付金支払請求書を簡便化
- 明治安田生命、HP上で資料請求が可能
- 三井住友海上きらめき生命が証券発送サービスを充実
- 第一生命、診断書取得費用負担
- 日本生命が「約款のわかりやすい解説」を掲載

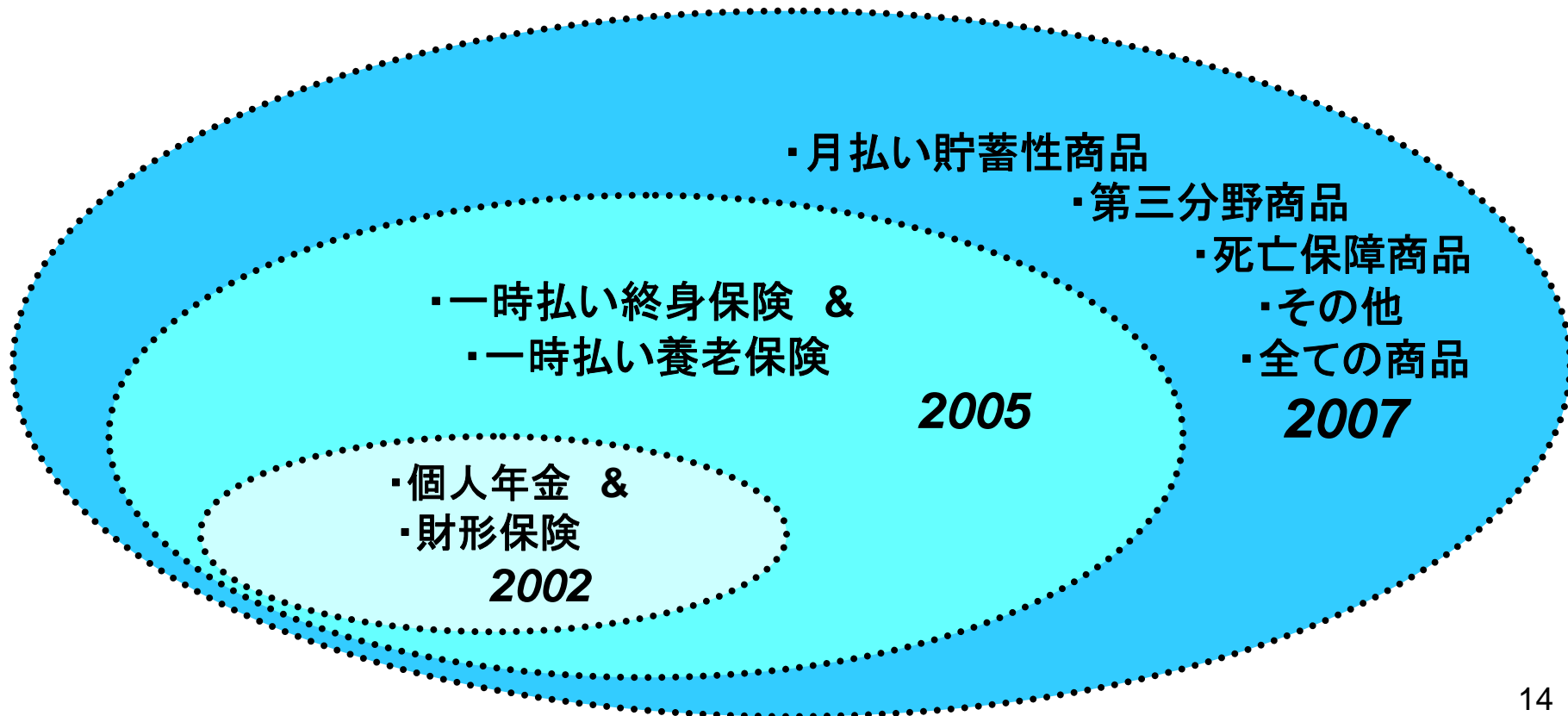
2007年のハイライト

2006.....**2007**.....2008.....2009

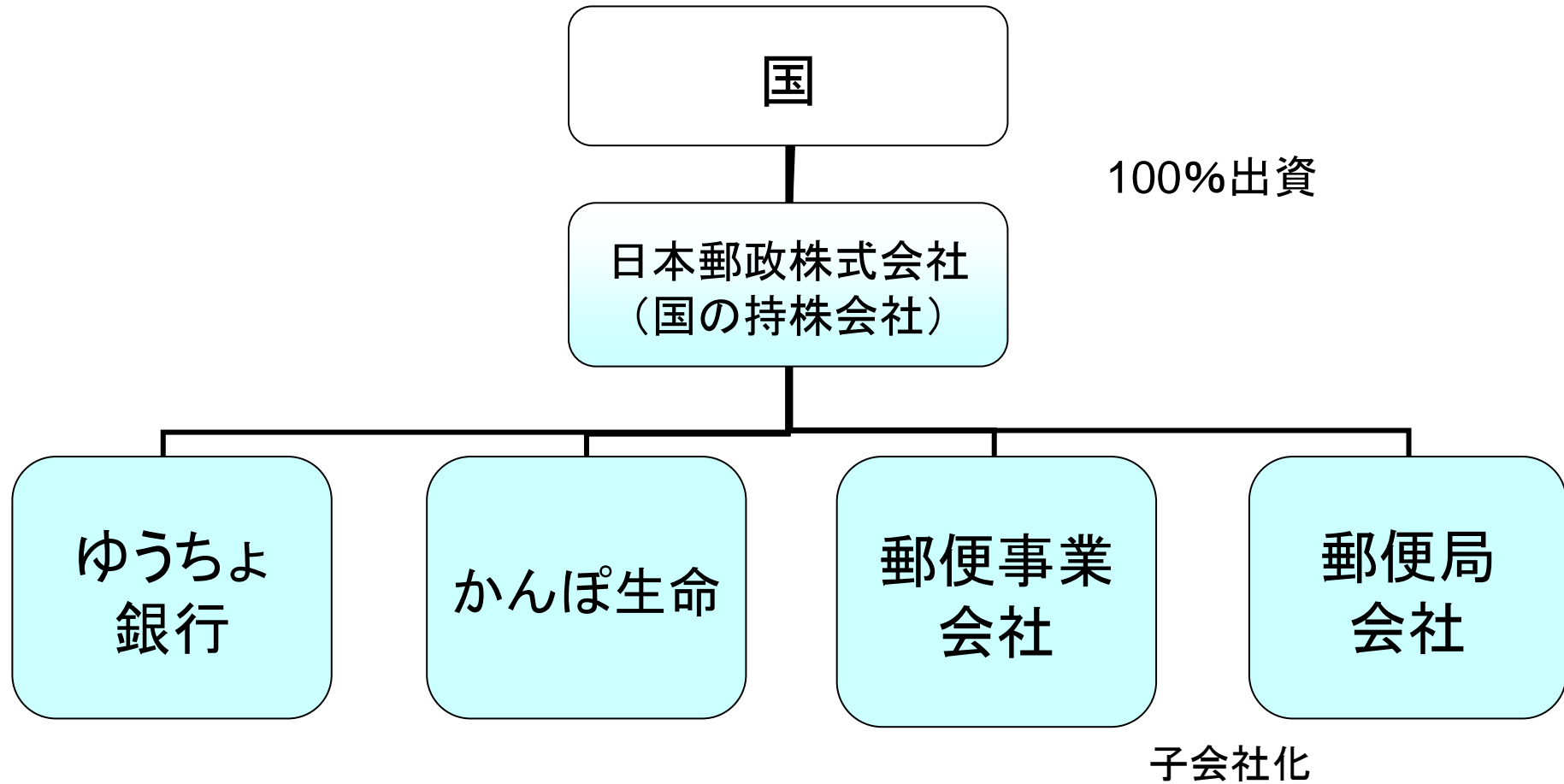
1. 銀行窓販全面解禁
2. 日本郵政株式会社設立
3. 金融商品取引法施行

1. 銀行窓販全面解禁

金融機関との代理店契約より、専用商品の
開発も生保業界は業界をあげて反対表明



2. 日本郵政株式会社設立



2008年度決算

((単位 : 10億円))

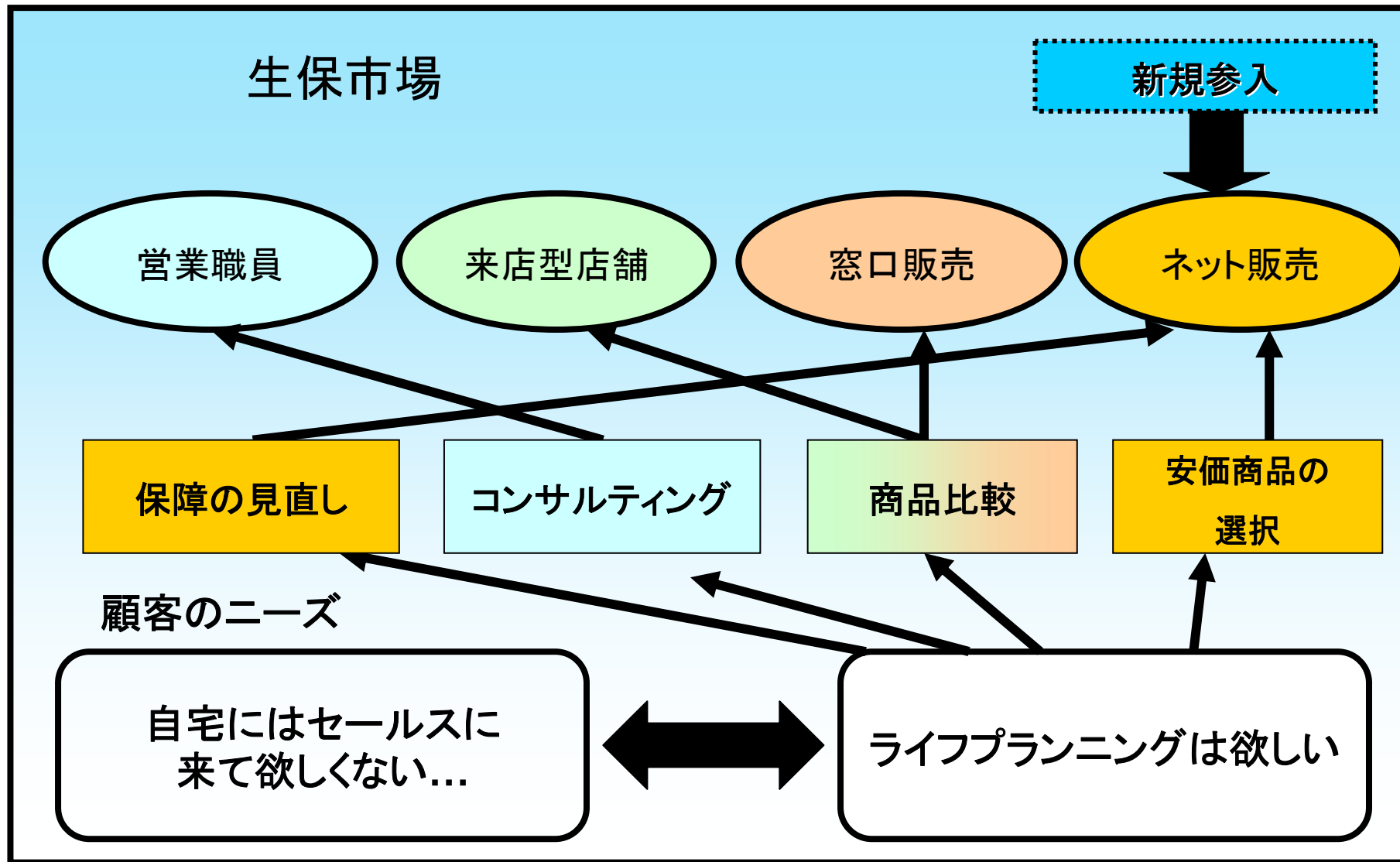
	総資産	経常収益	保険料
日本生命	45,825	6,605	5,035
第一生命	30,022	5,182	2,903
明治安田生命	23,903	3,784	2,684
住友生命	22,609	3,604	2,529
かんぽ生命	106,577 34%	15,533 28%	7,881 23%
その他	82,784	19,662	13,031
合計	311,720	54,370	34,063

2008年のハイライト

2006.....2007.....**2008**.....2009

1. 米国AIG破たん
2. かんぽ生命と日本生命業務提携
3. アリアンツ日本進出
4. SBIアクサ、ライフネット保険
 - (1) 新しい販売チャネル
 - (2) 商品の多様化

(1) 新しい販売チャネル



(2) 商品の多様性

原因：

1. 人口動態の変化
2. 消費者意識の変化
3. 経済状況の変化
4. 販売チャネルの変化

- 個人年金保険



1. 金融機関窓販専用商品

2. 定額から変額(積立利率変動)

3. 利回りより安全性(保証型)

4. 低利率対策(外貨建て、投資型)

- 医療 (がん) 保険

1. 低価料金……………解約返戻金なし
2. 貯蓄性……………健康ボーナス

3. 引受基準の緩和…告知、既往症の緩和
4. 付帯サービス……………介護保険金



先進医療
入院サポート
医師、健康相談

- 定期保険

1. 低価料金

2. 逦増型保障(法人型)

3. リスク細分型料率



2009年のハイライト

2006.....2007.....2008.....**2009**

1. 2008年(4-12月)決算金融市場混乱
で影響大
2. 変額年金・終身保険取扱停止
3. アリコジャパン顧客情報流出

- 金融危機の業界への影響

- 米国発の金融市場の混乱が業界に与えた影響と問題点

1. 組織の体力強化
2. 組織の再編

1. 組織の体力強化

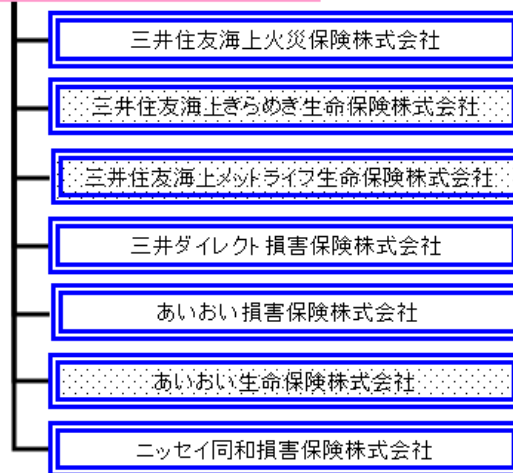
増資による企業体力強化実績

単位：億円

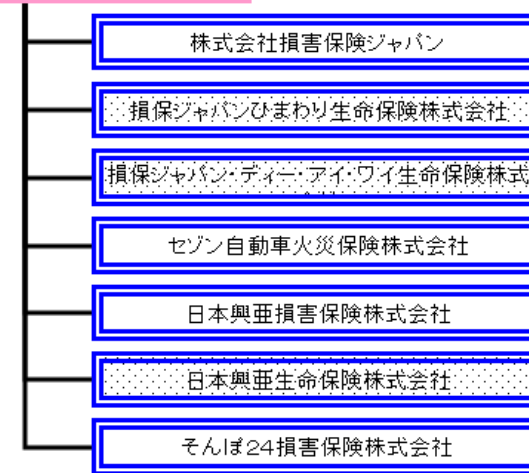
	2006	2007	2008	2009
T&D ホールディングス	320	-	-	1,200
ING生命	100	-	150	68
東京海上日動フィナンシャル生命	250	50	-	-
住友生命	500	-	-	1,000
マスマチュアル生命	100	-	130	
東京海上日動あんしん生命	500	-	-	-
損保ジャパンひまわり生命	-	200	-	-
三井住友海上メットライフ生命	-	51	204	-
あいおい生命	-	100	-	-
三井生命	-	-	600	
第一フロンティア生命	-	-	-	100
アリアンツ生命	-	-	-	26
富国生命	400	-	-	-

2. 組織の再編 (損害保険会社)

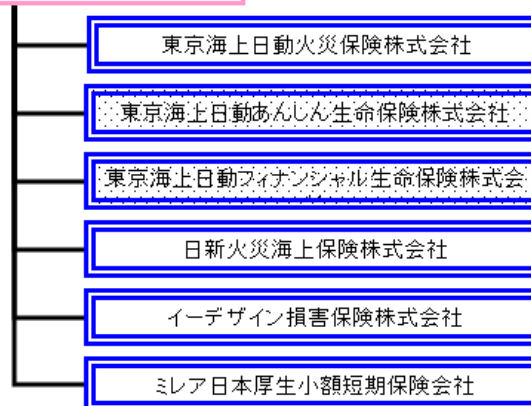
MS&ADインシュアランスグループホールディングス株式会社



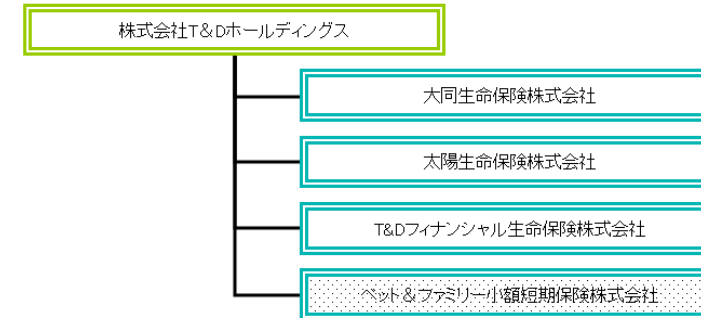
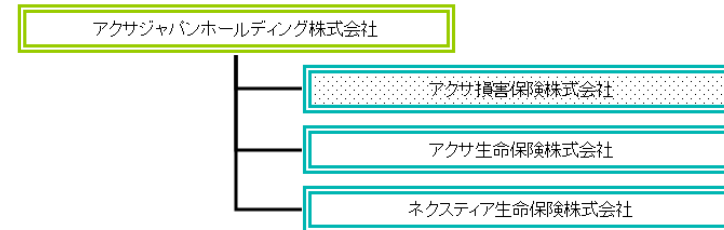
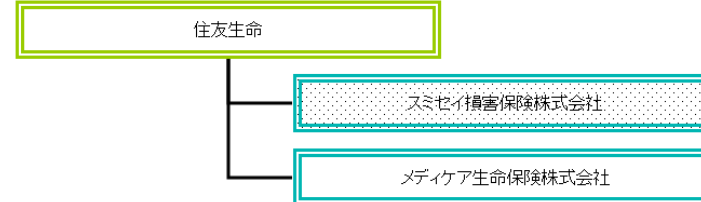
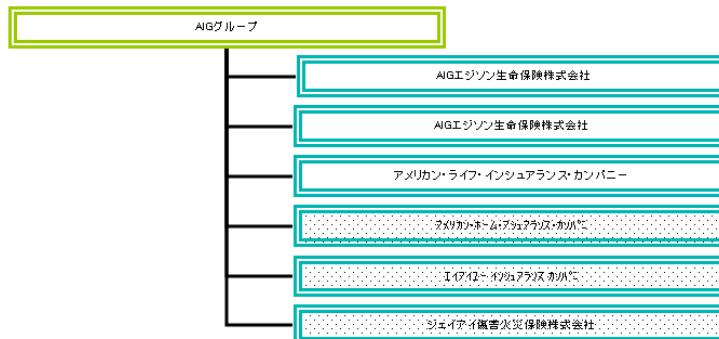
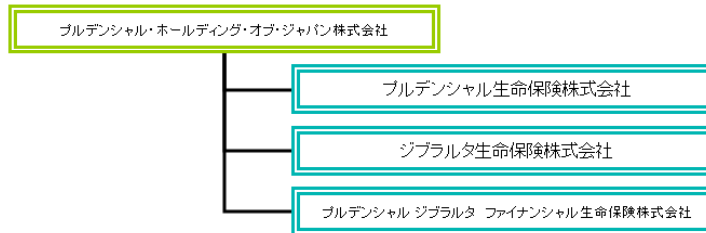
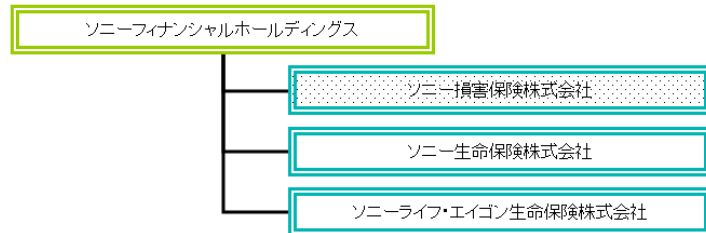
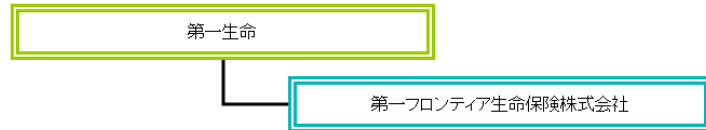
NKSJホールディングス株式会社



東京海上ホールディングス株式会社



2. 組織の再編 (生命保険会社)



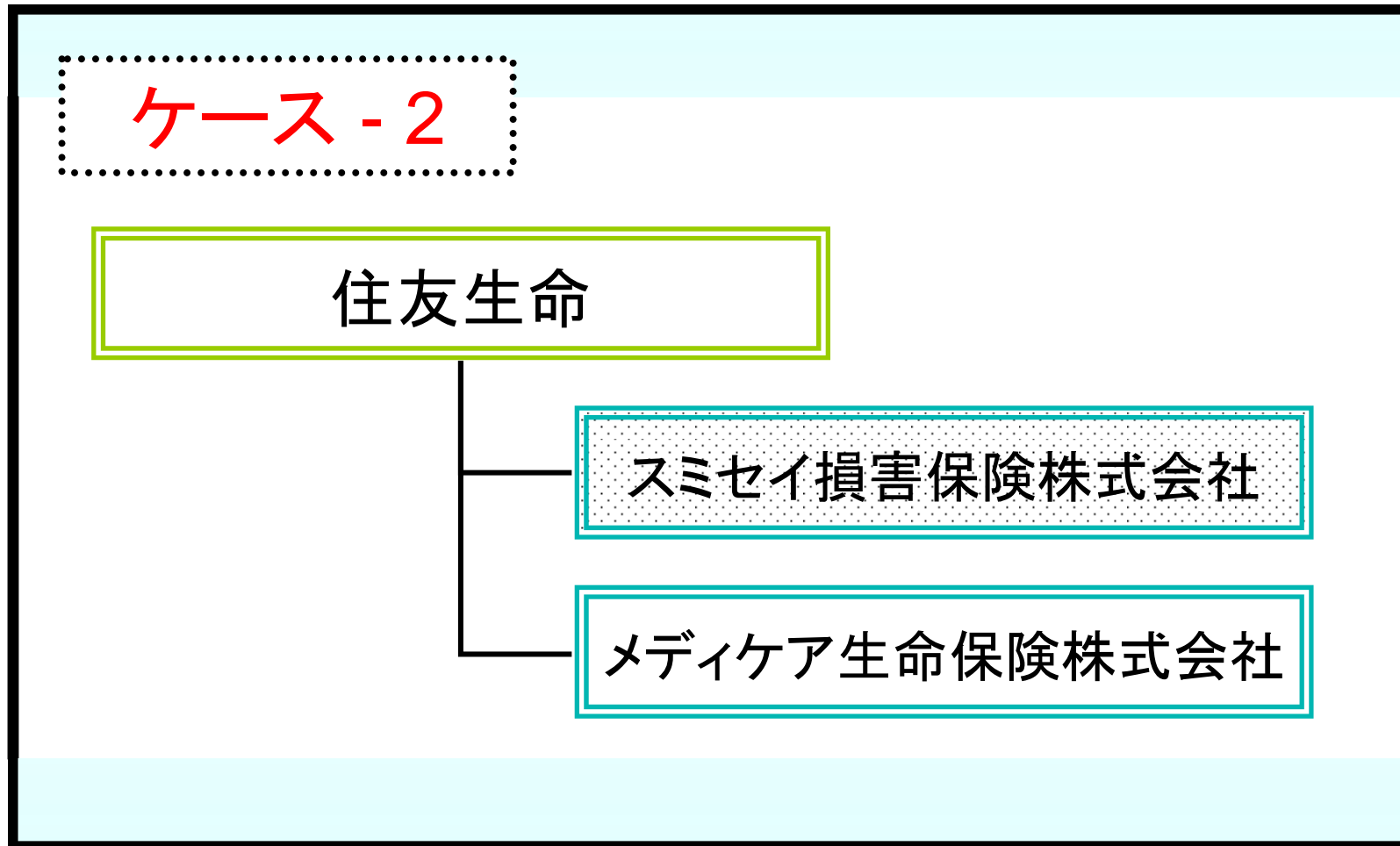
2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース1

ケース - 1

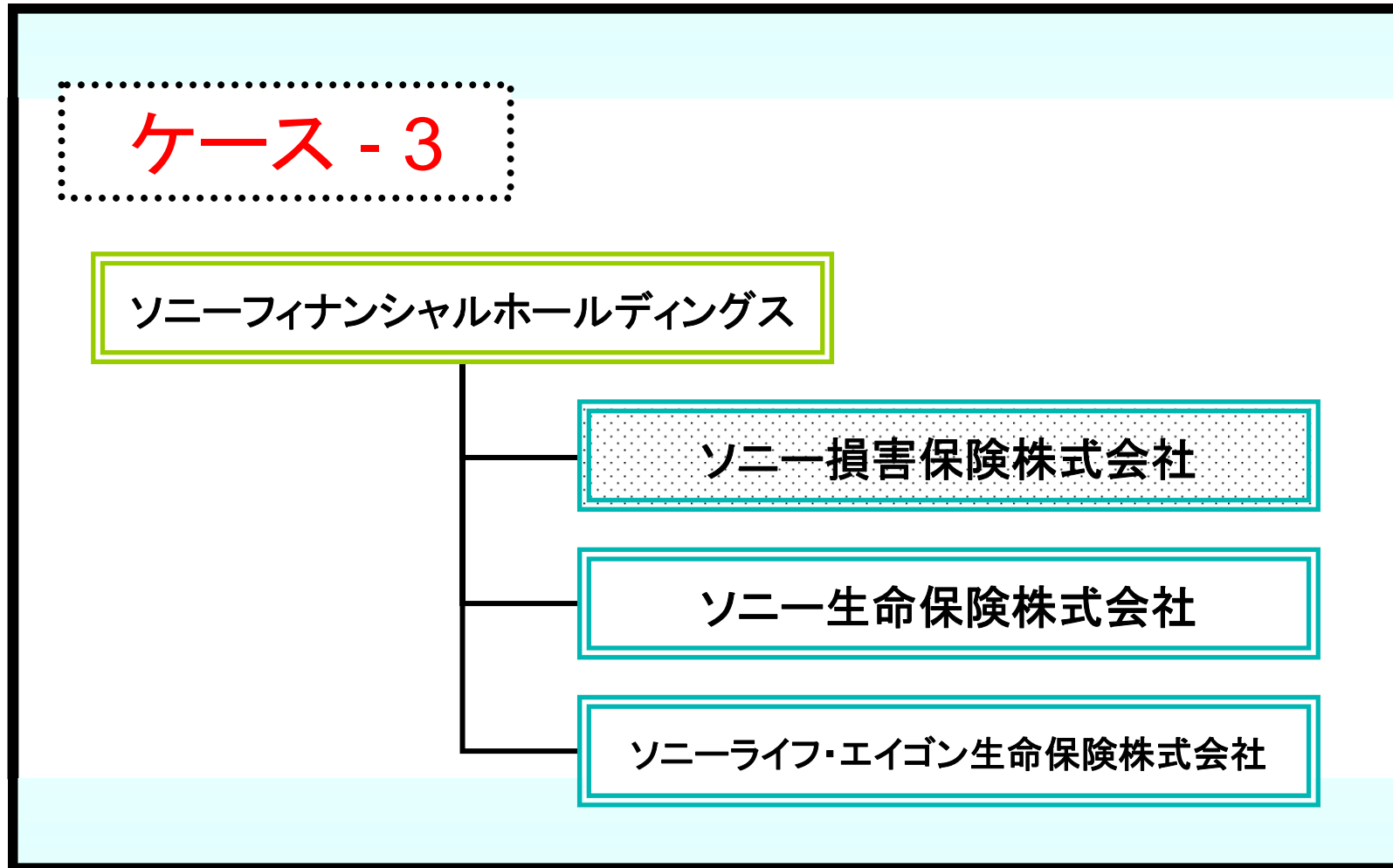
第一生命

第一フロンティア生命保険
株式会社

2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース2



2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース3



2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース4

ケース -4

アクサジャパンホールディング株式会社

アクサ損害保険株式会社

アクサ生命保険株式会社

ネクスティア生命保険株式会社

2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース5

ケース - 5

株式会社T&Dホールディングス

大同生命保険株式会社

太陽生命保険株式会社

T&Dフィナンシャル生命保険株式会社

ペット&ファミリー小額短期保険株式会社

2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース6

ケース - 6

プルデンシャル・ホールディング・
オブ・ジャパン株式会社

プルデンシャル生命保険株式会社

ジブラルタ生命保険株式会社

プルデンシャル ジブラルタ
ファイナンシャル生命保険株式会社

2. 組織の再編 (生命保険会社) ケース7

ケース - 7

AIGグループ

AIGエジソン生命保険株式会社

AIGエジソン生命保険株式会社

アメリカン・ライフ・インシュアランス
カンパニー

アメリカン・ホーム・アシユアランス・カンパニ

エイアイユー インシュアランス カンパニ

ジェイアイ傷害火災保険株式会社

Ⅱ 業界の現状

●2010年現在の主要な問題事項、また重要ポイントから保険業界の対応を探る

- 組織力の強化
- 商品の多様性
- 消費者ニーズ
- 販売チャネル再編
- 収益性の強化

各社の対応

ケース1 N社の対応(総合型)

戦略	具体策	ポイント
新統合計画	新事務サービス体制構築	顧客サービス
	わかりやすい商品の開発	商品
	顧客ニーズを踏まえた多様なチャネルの展開	販売チャネル
	新しい事務・サービス体制を見据えた販売・きょういく体制の整備	教育体制
	国際経理基準対策室を新設	会計

ケース2 S社の対応(営業戦略型)

戦略	具体策	ポイント
組織改正	代理店等を通じた保険販売の推進	営業
	都心部における販売体制の見直し	販売
	ホールセール部門の組織再編	営業
	団体年金事業部の組織再編	事業

ケース3 AF社の対応(組織再編型)

戦略	具体策	ポイント
組織変更	ショップサポート部の新設	組織(販売)
	金融法人支社の再編	組織(販売)
	部組織の再編及び廃止	組織(本部)
	募集管理統括部の新設	組織(営業)
	IT企画部の新設	組織(サービス)
	資産運用リスク管理部を新設	組織(資産運用)

Ⅲ 業界の展望

「流れ」から「現状」へ推移してきた「動向」を整理して、今後の展望を予測する。

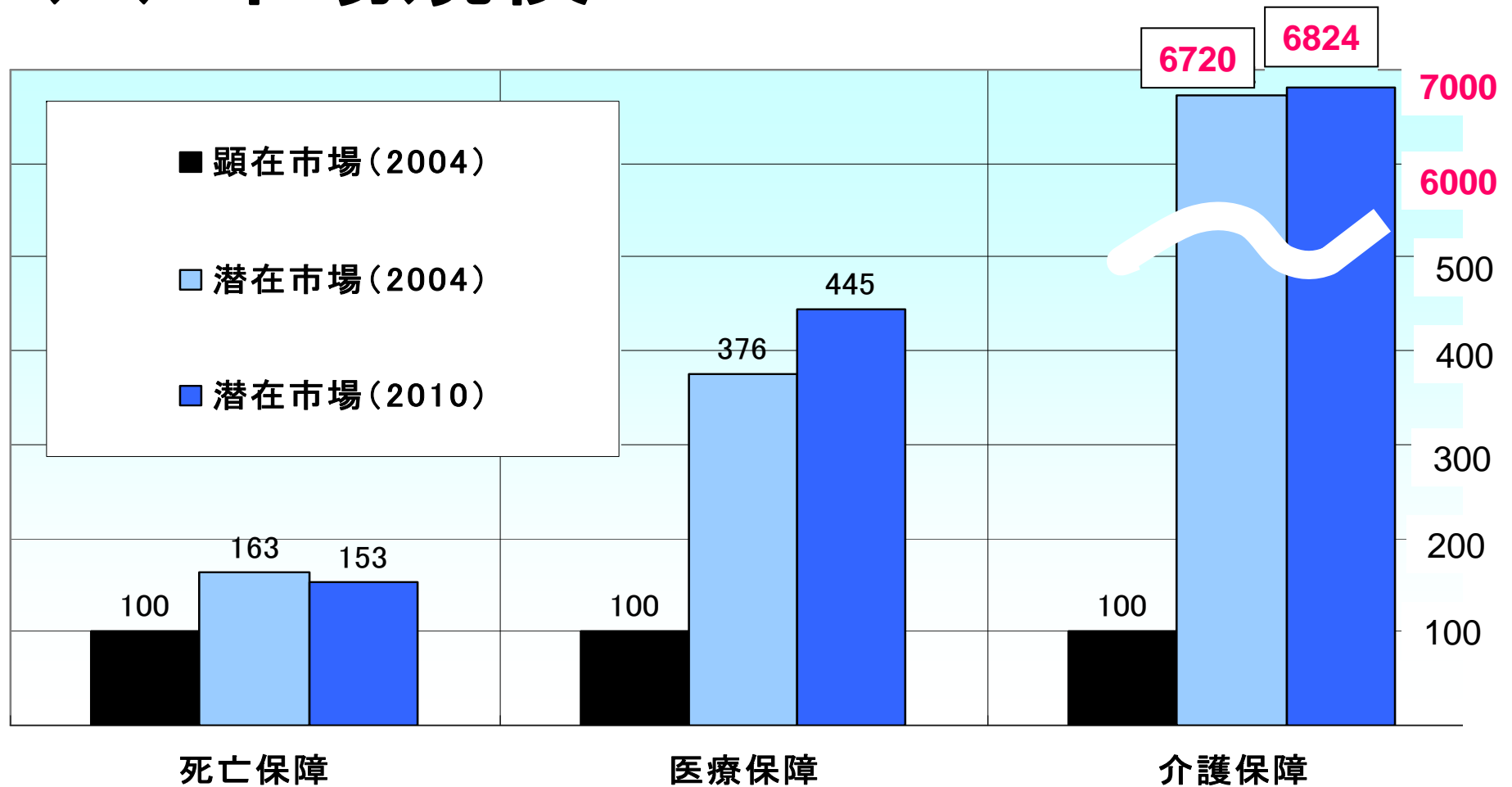
1. 業界の目指す経営戦略
2. 保険事業者（組織形態）

1. 業界の目指す経営戦略

成長市場にプロットし、市場に適したチャネルと商品を組み合わせ、独自のビジネスモデルを構築する。

- (1) 市場規模
- (2) 販売チャネル
- (3) 商品戦略
- (4) ビジネスモデル

(1) 市場規模－1

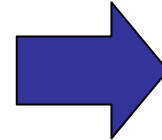


(1) 市場規模－2

死亡者数	入院患者数	要介護者数
年間 約 100万人	年間 約 146万人	年間 約 480万人
	平均入院日数 19.8日	2年以上該当者 60%

高齢者市場の拡大

高齢化の「スピード」



「数の増大」

	2010年	2015年	2030年
総人口に占める 65歳以上の割合	1人/5人 20%	1人/4人 25%	1人/3人 33%
60歳以上の 消費力	67兆円 40%	72兆円 42%	77兆円 47%

高齢者市場のイメージ

高齢者市場とは、多様マイクロ市場の集合体

虚弱な高齢者
10%

普通の高齢者
80%

裕福な高齢者
10%

医療・介護・福祉
サービス

大きな資産に
値するサービス

シニア保険

未開拓領域

相続・信託商品

(2) 販売チャネル

販売チャネル	営業 職員	フィナンシャル プランナー	代理店	金融機関 窓販	通信販売	インターネット 販売
リテール(個人)			アリコ		アフラック	
職域	国内大手					
家庭						ライフネット
アッパー ミドル		プルデンシャル ソニー		ハート フォード		
ホールセール (企業)						

(3) 商品戦略

収益性

		第三分野
死亡保障 (職域市場)	死亡保障 (家庭市場)	
		変額年金

成長性

(4) ビジネスモデル



国内大手モデル	職域中心	営業職員	幅広<
第3分野特化	個人(家庭)	ダイレクトネット	低価 医療商品
変額年金特化	個人(アッパー・ミドル)	銀行窓販	保証型 投資型

2. 保険事業者(組織形態)

(1) 民間会社

生命保険の主力供給組織、「相互」か「株式」かの組織形態が今後の問題点。

(2) かんぽ生命

2007年より「民営」とし、新たに出発した。死亡保障の拡大等の論議の最中であるが、株主を100%国家とした安心感と全国24000箇所のネットワークは強力。

(3) 制度共済

従来は補完的位置づけだったが、今や家計のメイン保障に。
一律保障、一律掛金方式を特徴とし、一定の地域または職域を対象。

(4) 少額短期保険事業者

2006年より制度化された、少額、短期な 冠婚葬祭、ペット、地震、家財などを対象とした新しいカテゴリー。

保険事業者への規制と規模

下記4保険事業組織が日本人(12000万人)の生命保障を担う

	民間生保		制度共済		少額短期保険事業者
	一般生保	かんぽ生命	JA共済	全労済 県民共済 コープ共済	
根拠法令	保険業法		農業協同組合法	消費者生活協同組合法	保険業法
監督官庁	金融庁		農林水産省	厚生労働省	金融庁
商品審査制度	あり		あり	あり	あり
責任準備金	あり		あり	あり	あり
最低出資金	10億		10億	なし	1000万
保険金制限	なし	死亡保障 1300万	自主規制	自主規制	死亡保障300万
商品	生保		生損保	生損保	生損保
セーフティーネット	あり	あり(暗黙の政府保証)	なし	なし	なし
契約者件数	13000万件		4000万件		
会社・組織数	46社	24000拠点	20根拠法、80組織		66社

～次回の予告～

生命保険業界の動向を

1. 規制の強化と緩和
2. 海外進出の潮流
3. 企業の社会貢献

上記を重点ポイントとして解説いたします。



Thank you!